S'identifier / Créer un compte
Rechercher une actu, un article
NEXT INpact
DOSSIERS TESTS PRIX DU NET FORUM LE BLOG
3574 abonnés = 16,2% de soutien
Abonnez-vous À partir de 0,99 €

▼ PUBLICITÉ

Facebook rejette à son tour le Do Not Track et veut suivre les internautes

Les États-Unis dans un premier temps

Facebook rejettera bientôt le signal Do Not Track, une décision qui n'est pas réellement étonnante. La firme ne compte plus composer uniquement avec l'activité des utilisateurs du réseau social pour ses publicités, et c'est bien le suivi dans les sessions de navigation qui l'intéresse.

Le bouton « J'aime » ne suffit plus à Facebook

Facebook est un acteur majeur du domaine de la publicité. L'activité générée par les boutons « j'aime » ainsi que la quantité phénoménale de renseignements personnels que les utilisateurs donnent au réseau social permettent à ce dernier d'avoir une idée très précise de ce qui plait. C'est également valable pour les boutons que l'on retrouve sur les autres sites.

Suivre l'utilisateur et ne plus accepter la fonction Do Not Track

Mais Facebook **veut passer à la vitesse supérieure**. Comment ? En utilisant une technique déjà employée par de très nombreux sites et réseaux d'annonceurs : le suivi publicitaire au sein des sessions de navigations. Le principe est simple et passe par des cookies spécifiques créés par le navigateur et qui vont noter les sites visités par l'internaute. Via ce moyen, le site d'origine peut faire remonter les informations et proposer à son tour des publicités calquées sur ce qui intéresse l'utilisateur.

Dans la pratique, c'était déjà le cas en partie, si les autres sites utilisaient certains outils fournis par Facebook. C'est ainsi que vous pouviez très bien voir sur le réseau social une publicité pour un appartement à louer à Séville, en Espagne, quelques minutes seulement après avoir consulté un site de location. Mais le principe sera cette fois généralisé et Facebook abandonnera au passage **le respect du réglage Do Not Track**, en tout cas aux États-Unis dans un premier temps. Sur les appareils mobiles, la situation sera la même avec les autres applications si les technologies de Facebook sont utilisées pour les publicités intégrées.

Cette fonction, présente dans presque tous les navigateurs, permet pour rappel d'envoyer un signal au serveur pour avertir que l'utilisateur ne souhaite pas, justement, avoir un tel suivi publicitaire. Mais le rejet de ce signal par Facebook n'est en fait pas étonnant car il suit une très longue liste de problèmes liés au DNT. Ce dernier n'est d'une part qu'un concept global et chaque éditeur a eu sa propre manière de l'implémenter. D'autre part, le W3C n'est jusqu'ici **pas parvenu à trouver un consensus** capable de contenter à la fois les développeurs de navigateurs et les publicitaires. C'est d'ailleurs l'argument principal de Facebook : personne ne s'est finalement mis d'accord, Google et **Yahoo** ayant déjà tranché dans le vif.

Des contrôles pour affiner les choix, mais la publicité sera quand même présente

Pour Facebook, cela signifie donc le brassage d'une quantité beaucoup plus importante de données capables de rendre les publicités plus précises. Un annonceur proposant des produits spécifiques, comme des articles de pêche, pourra donc mieux cibler les utilisateurs qui pratiquent régulièrement cette activité.

▼ PUBLICITÉ
EN DIRECT E3 2014 JUIN 10-12, 2014

DOSSIERS

De M6 Vidéo Box à UltraViolet : la copie digitale en question
Par David Legrand, le 24/12/2013

TESTS

Le Nexus 5 sous Android 4.4 : faut-il craquer ?
Par Damien Labourot, le 08/11/2013

Les brèves

[MàJ] Retour à la normale pour Google Drive (11)
Savez-vous planter les choux...

Freebox Server : nouvelles corrections de bugs avec le firmware 2.1.2 (9)
Et la nouvelle Freebox, elle arrive quand ?

Il n'y a pas de compte Twitter Netflix France (21)
La précipitation n'est pas l'information

Espionnage des communications : Wikileaks donnera le nom du pays (62)
Le téléphone pleure

Toutes les brèves

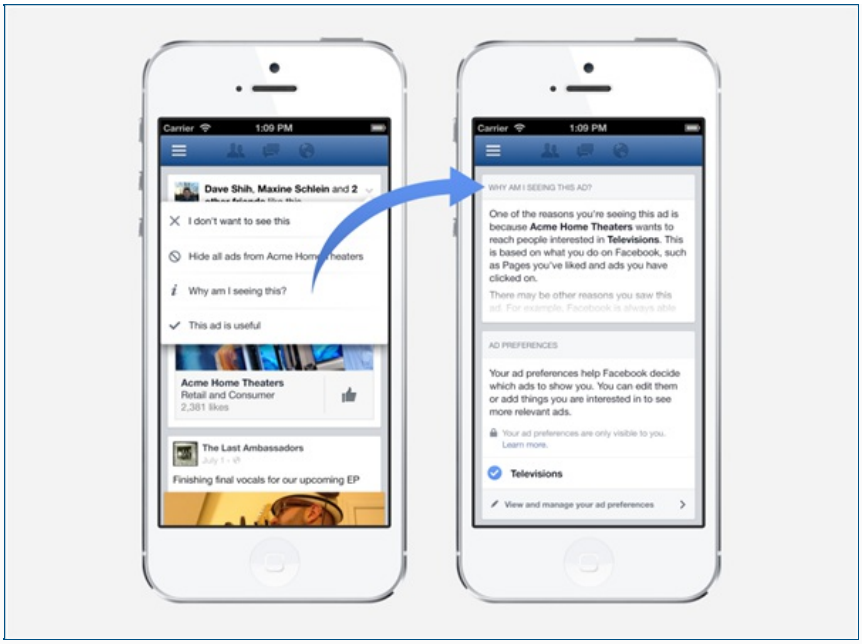
▼ PUBLICITÉ

ASTUCES

Google blinde ses publicités ciblées, comment les désactiver
Une inscription dans les conditions d'utilisation, sans changement de fond

LIDD

485ème édition des LIDD : Liens Idiots Du Dimanche
Des courses à deux roues, des animations dingues et un peu de voyage



Cependant, Facebook offrira dans le même temps de nouveaux réglages, à la manière en fait de **ce que propose Yahoo** sur ses propres sites. Pas question de supprimer les publicités, mais l'utilisateur aura le choix dans les informations qui pourront être utilisées pour personnaliser les espaces publicitaires. Les réglages se feront notamment à travers la sélection de centres d'intérêts généraux, mais également de points plus précis. Il n'est pas dit cependant que les utilisateurs creusent vraiment la question, beaucoup ne connaissant pas les multiples paramètres liés à la sécurité par exemple. Il est par ailleurs possible de se **rendre sur le site de la DAA** (Digital Advertising Alliance) et de décocher toutes les cases correspondant aux annonceurs compatibles.

Sur un appareil iOS ou Android, le signal DNT est cependant toujours pris en charge. Pour le moment. L'application mobile Facebook sera elle aussi mise à jour pour tenir compte du nouveau brassage publicitaire. Chaque contenu sera accompagné de la possibilité de la supprimer, le réseau social s'enquérant alors de la raison. L'utilisateur pourra en outre supprimer toutes les publicités relatives à une marque en particulier. Attention cependant : lesdites publicités seront simplement remplacées par d'autres.

On notera par ailleurs que Facebook proposera dans les prochains mois ses premières publicités dans Instagram. Il ne s'agira pas d'un lancement mondial puisque dans un premier temps, seuls le Royaume-Uni, le Canada et l'Australie seront concernés. Selon une déclaration **faite à Mashable** par un porte-parole, Facebook devrait particulièrement mettre en avant des marques ayant une présence forte dans chacun des pays.

Vincent Hermann
Rédacteur/journaliste spécialisé dans le logiciel et en particulier les systèmes d'exploitation. Ne se déplace jamais sans son épée.
Twitter

Publiée le 14/06/2014 à 11:11

Signaler | Envoyer

Tweet

Actu Précédente | Actu Suivante

Soutenez l'indépendance de Next INpact en devenant Premium

Tout le contenu de Next INpact sans pub

Et bien plus encore...

Abonnez-vous
À partir de 0,99 €

Il y a 23 commentaires

INpactien

Mikelkel Le samedi 14 juin 2014 à 11:13:39 #1
Inscrit le jeudi 16 juin 05 - 70 commentaires

est ce que en bloquant les cookies tiers on empêche ce suivi de navigation?

INpactien

2show7 Le samedi 14 juin 2014 à 11:16:24 #2
Inscrit le vendredi 24 juillet 09 - 10007 commentaires

> Facebook rejettera bientôt le signal Do Not Track,

Bons plans

Le Transporteur : la trilogie en Blu-ray dans un boîtier métal pour...
Valable pendant 11 heures

Un moniteur Samsung S24C350H de 24 pouces avec HDMI et VGA : 127,34 €
Valable jusqu'au 15 juin

Une souris Corsair Vengeance M95 pour 57,54 €
Valable jusqu'au 15 juin

Un écran IPS HP 27xi de 27 pouces (1080p) avec HDMI, DVI et VGA :...
Valable jusqu'au 15 juin

Tous les bons plans

Allez-vous attendre la dernière minute pour vos cadeaux de Noël ?

Voir les résultats

Prix du Net

Emploi

Le job de vos rêves dans la ville de vos rêves #RJDAY
[CDI] RemixJobs, Paris (75)

Chef de projet Content Marketing & Social Media H/F
[CDI] Xilopix, Épinal (88)

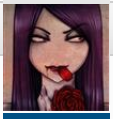
Chef de projet multimédia H/F
[CDI] mgdesign, Nantes (44)

Ingénieur Javascript Télévision Interactive H/F
[CDI] PEAKS, Nantes (44)

Poster une offre | Plus d'offres

Donc il faut suivre l'internaute ? (je ne suis pas sur FB, quelque chose m'échappe)

Edité par 2show7 le samedi 14 juin 2014 à 11:19



INpactien

Drepanocytose Le samedi 14 juin 2014 à 11:21:03 #3
Inscrit le jeudi 26 mai 11 - 10020 commentaires

Très bien.

Facebook compense cette intrusion mineure en standard en proposant des réglages personnalisés plus fins : c'est très bien.

Après, si les gens ont envie d'utiliser ce merveilleux outil qu'est Facebook pour nous tous, mais ont la flemme d'aller fouiller dans les réglages, ca les regarde.
Et ce sera de leur faute, Facebook lui a fait sa part du boulot.

Idem pour ce DNT : comment demander à une entreprise comme Facebook, qui doit gérer sérieusement beaucoup de trafic et beaucoup de données, d'implémenter une fonction sur laquelle personne ne peut se mettre d'accord ?
Encore une fois, c'est pas la faute à FB.

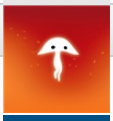
Et de toutes facons, chacun est maître en sa demeure : tu ne veux pas utiliser FB, tu n'utilises pas FB. Chez eux, ils font ce qu'ils veulent.

INpactien

manfried Le samedi 14 juin 2014 à 11:26:04 #4
Inscrit le vendredi 22 août 08 - 14 commentaires

> est ce que en bloquant les cookies tiers on empêche ce suivi de navigation?

Peu probable: ce blocage n'empêche pas l'accès aux cookies tiers existant déja il me semble, mais uniquement la création de nouveaux cookies. Et comme ce tracking comportemental est surement traité a partir des logs d'appels et non pas uniquement les données d'un cookies, si le cookie identifiant l'utilisateur sur facebook existe alors il sera possible de le traquer partout où le bouton like est présent.



INpactien

Larsene_IT Le samedi 14 juin 2014 à 11:35:44 #5
Inscrit le jeudi 25 août 11 - 60 commentaires

Par contre, un outil comme Ghostery empêche cela, en bloquant les modules - et même le btn like - sur tous les sites visités ?

Cliquez-ici pour vous connecter ou vous inscrire pour pouvoir participer aux commentaires.

Il y a 23 commentaires

Toutes les marques citées sur Next INpact appartiennent à leurs propriétaires respectifs.
Next INpact : Mentions légales - Partenaires : Comparer forfaits mobiles - LesNumeriques - Personnaliser Windows - ForumScience - Tom's Hardware - Forfaits Mobiles - Télécharger logiciel

NEXT INpact Copyright © 2003 - 2014 FC INpact SARL de presse. Marque déposée. Tous droits réservés. **Nextinpact.com** est un site de Next INpact Network - Design par BtoWeb Solutions

;